



---

## ANALISIS DIPLOMASI TWITTER (TWIPLOMACY) OLEH PEMERINTAH UKRAINA SELAMA INVASI RUSIA TAHUN 2022-2024

Shofia Nur Khasanah<sup>1</sup>, Astiwi Inayah, S.IP., M.A.<sup>2</sup>, Nibras Fadhlillah, S.IP., M.Si.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>The Student of International Relations Study, <sup>23</sup>Lecturer of International Relations Study

\*Corresponding author: International Relations Study Program, University of Lampung.

Email: shofiakhas@gmail.com

---

### ABSTRAK

Twitter (sekarang X) dalam konflik Invasi Rusia ke Ukraina telah menjadi arena pertempuran baru, terutama perang di lapangan meluas menjadi perang informasi di media sosial, yang dipenuhi disinformasi oleh Rusia. Ukraina sebagai pihak yang lebih lemah terus berjuang melawan kekuatan besar Rusia dengan memanfaatkan Twiplomacy. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi akun Twitter resmi aktor negara Ukraina dan mendeskripsikan Diplomasi Twitter Pemerintah Ukraina selama Invasi Rusia. Penelitian ini menggunakan konsep Twiplomacy oleh Burson Cohn dan Wolfe dalam BCW Twiplomacy, yaitu digitalisasi konflik geopolitik, narasi terus terang, dan keterlibatan publik, melalui pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Data yang digunakan bersumber dari keseluruhan *tweet* aktor negara Ukraina yaitu Presiden Zelenskyy, Menteri Fedorov, dan Kenegaraan Ukraina serta studi literatur dari website resmi pemerintahan, publikasi jurnal, dan sumber daring yang kredibel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Twitter memiliki peran strategis bagi Ukraina, seperti menyebarkan narasi, menggalang donasi dalam bentuk blockchain, dan adanya keikutsertaan masyarakat dalam konflik senjata melalui media sosial. Selain itu, ketiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina memiliki karakteristik dan pola Twiplomacy yang berbeda, di mana Presiden Zelenskyy berfokus pada narasi emosional yang mengharukan untuk menggalang dukungan dari pemerintah lain dan membangun empati publik, Menteri Fedorov dengan narasi emosional yang informatif dengan menyoroti teknologi *drone* dan *starlink*, serta akun negara Ukraina dengan narasi tajam melalui sarkasme, satire, dan meme guna membingkai Rusia sebagai agresor. Kemudian dari ketiga akun tersebut, akun negara Ukraina memiliki interaksi terbanyak melalui konten meme dan narasi satire, diikuti akun Presiden Zelenskyy dan Menteri Fedorov. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan Twiplomacy dapat mempercepat respon global terhadap invasi melalui dukungan internasional, baik dari aktor negara maupun aktor non-negara.

**Kata Kunci:** Twiplomacy, diplomasi digital, Ukraina, Invasi Rusia

## **ABSTRACT**

*Twitter (now X) in the Russian Invasion of Ukraine conflict becomes a new battleground. Especially when the military confrontation on the ground escalates into an information war on social media filled with disinformation by the stronger party, namely Russia. Therefore, Ukraine as the weaker party continues to fight against by utilizing Twiplomacy. The purpose of this study is to identify the Twitter accounts of Ukrainian state actors and describe the Twiplomacy of the Ukrainian Government during the Russian Invasion. This study is using the concepts of Twiplomacy defined by Burson Cohn and Wolfe: authenticity reigns supreme, engagement matters most, and geopolitical tensions digitised. Using a qualitative approach and content analysis, data were collected from the official tweets of the President of Ukraine, the Minister of Digital Transformation of Ukraine, and Ukraine's state account, also credible literature. The results of the study show that Twitter has a strategic role for Ukraine, such as spreading narratives, raising donations in the form of blockchain, and community involvement in armed conflict through social media. In addition, the three official Twitter accounts of Ukrainian state actors have different characteristics and patterns of Twiplomacy, President Zelenskyy focusing on emotional narratives to build support from other countries and public empathy, Fedorov on emotional and informative narratives which highlight the technology during wartime such as drone and starlink, and the Ukraine state account with a sharp narrative with sarcasm to frame Russia as the main aggressor of the conflict. Then, the Ukraine state account has the most engagement through meme and satire content, followed by the accounts of President Zelenskyy and Minister Fedorov. This study also shows that the use of Twiplomacy can accelerate the global response to the invasion, so that Ukraine gets international support, both from state actors and non-state actors.*

**Keywords:** *Twiplomacy, digital diplomacy, Ukraine, Russian Invasion*

## **PENDAHULUAN**

Diplomasi telah menjadi instrumen penting dalam menjaga hubungan internasional sejak era Mesopotamia sebagai negosiasi dan kompromi tanpa adanya kekerasan (Hocking et al., 2012; Nijman, 2005). Namun, dalam praktiknya, diplomasi sering kali menghadapi tantangan terkait legitimasi dan efektivitas dalam menyelesaikan masalah, terutama ketika dihadapkan dengan dinamika politik global yang kompleks. Dengan demikian, diplomasi dikatakan gagal ketika tidak dapat lagi mencapai kompromi dan pecahnya konflik bersenjata di lapangan (Siriwardana, 2024). Salah satu contoh nyata dari kegagalan diplomasi tradisional adalah konflik antara Rusia–Ukraina. Sejak runtuhnya Uni Soviet, hubungan kedua negara dipenuhi ketegangan, terutama karena kecenderungan Ukraina untuk berintegrasi dengan Barat dan bertekad untuk bergabung dengan NATO serta Uni Eropa (Subtelny, 2009). Rusia menganggap tindakan Ukraina ini sebagai ancaman terhadap pengaruhnya di kawasan, terutama setelah terbentuknya organisasi GUAM oleh Ukraina (Oktarianisa, 2022).

Ketegangan memuncak saat Rusia mulai menganeksasi Krimea pada tahun 2014 dan mendukung kelompok separatis di Donbass (Treisman, 2016), kemudian pada tahun 2022 melakukan invasi ke Ukraina setelah upaya damai melalui Perjanjian Minsk gagal

(Visual Journalism Team, 2024). Selama invasi berlangsung, serangkaian negosiasi antara Rusia dan Ukraina mengalami jalan buntu. Permintaan Rusia agar Ukraina bersikap netral serta mengakui Krimea dan Donbass ditolak oleh Ukraina, dan Ukraina menganggap permintaan ini hanya untuk mengulur waktu saja sampai terjadi eskalasi penuh terhadap invasi yang dilakukan Rusia (Financial Times, 2022; Karmanau, 2022). Di tengah ketidakpastian diplomasi tradisional ini, perang informasi juga turut menyebar luas di media sosial. Rusia secara aktif menyebarkan disinformasi melalui akun media sosial resmi, terutama melalui Twitter resmi aktor diplomatik yang berusaha untuk menyebarkan narasi dengan membenarkan tindakannya, merusak citra Ukraina, dan memengaruhi opini publik global (Graham & Thompson, 2022; Scott, 2022).

Fenomena ini menandai pergeseran penting dalam dinamika hubungan internasional, di mana diplomasi tidak hanya berlangsung di ruang perundingan, tetapi juga di ruang digital. Ukraina merespons situasi ini dengan memaksimalkan diplomasi digital melalui Twitter (Tidy, 2022). Melalui diplomasi digital yang memanfaatkan media sosial ini, memungkinkan negara-negara seperti Ukraina dalam melawan disinformasi, membentuk opini global, dan memperkuat posisi moral di tengah keterbatasan kekuatan militer dan politik (Bjola & Holmes, 2015; Duncombe, 2017). Twitter secara khusus menjadi saluran utama dalam diplomasi digital Ukraina selama konflik melawan Rusia. Mulai dari akun Twitter resmi Presiden Ukraina Volodymyr Zelenskyy, Kenegaraan Ukraina, dan aktor negara Ukraina lainnya juga aktif dalam menyampaikan pesan-pesan strategis kepada audiens global di media sosial Twitter (Nossel, 2022). Praktik ini memperlihatkan bahwa diplomasi digital tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga bersifat strategis dalam membentuk solidaritas internasional dan mengimbangi propaganda musuh (Manor & Pamment, 2019).

Dengan demikian, diplomasi digital dapat menjadi instrumen alternatif ketika diplomasi tradisional tidak lagi mencapai kesepakatan. Penggunaan teknologi informasi dan media sosial memberikan kesempatan kepada Ukraina untuk terus berjuang melawan kekuatan besar Rusia, ketika jalur tradisional tidak kunjung mencapai kesepakatan. Media sosial dalam konteks Invasi Rusia ke Ukraina tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga arena pertempuran baru, di mana informasi dan opini publik menjadi senjata strategis (Ettmayer, 2014). Terlebih ketika konfrontasi militer di lapangan meluas menjadi perang modern dengan melibatkan disinformasi atau narasi palsu dari pihak yang lebih kuat yaitu Rusia. Sebagai respons dalam hal tersebut, Ukraina secara agresif memanfaatkan media sosial Twitter sebagai instrumen diplomasi digitalnya untuk menyampaikan pesan langsung kepada khalayak global (Nirappil et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis dan mendeskripsikan mengenai Diplomasi Twitter (*Twiplomacy*) Pemerintah Ukraina selama Invasi Rusia, serta mengidentifikasi akun Twitter resmi aktor negara Ukraina sebagai instrumen *Twiplomacy*.

## **TEORI DAN KONSEP**

### **Konsep Diplomasi Digital dan Twiplomacy (*Twitter Diplomacy*)**

Hocking dan Melissen mendefinisikan partisipasi masyarakat dalam aktivitas diplomasi di ruang digital ini merepresentasi bentuk nyata dari diplomasi publik baru,

yaitu diplomasi digital (Hocking & Melissen, 2015). Diplomasi digital adalah hubungan diplomatik antar negara-negara melalui sarana digital, seperti email, konferensi video, website, hingga media sosial dalam aktivitas diplomatik. Diplomasi digital tidak hanya mencakup negara, tetapi juga kedutaan besar, kementerian, dan berbagai pejabat publik yang mencakup berbagai aspek. Diplomasi digital dilakukan di ruang terbuka internet dengan mengadopsi pendekatan yang lebih transparan kepada target audiens, sehingga hal ini berbeda dari konsep diplomasi tradisional (Bjola & Holmes, 2015). Twiplomacy adalah salah satu instrumen dalam diplomasi digital, yang merupakan singkatan dari *Twitter Diplomacy* (Diplomasi Twitter) dan perpaduan dari diplomasi tradisional, diplomasi digital, dan media sosial Twitter (sekarang X).

Media sosial seperti Twitter ini dapat memungkinkan aktor negara dalam memberitahukan pandangan mereka terkait isu, kebijakan, dan kepentingan nasional kepada publik tanpa harus melalui saluran diplomatik formal. Twiplomacy memiliki keuntungan yaitu adanya kemudahan komunikasi tanpa memerlukan biaya yang sangat banyak, di mana aktor negara maupun non-negara dapat saling berinteraksi dengan sekedar membalas *tweet* (Chhabra, 2020). Politisi telah menggunakan Twitter untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri sebagai alat komunikasi dan mengubah implementasi diplomasi publik akibat kemajuan teknologi. Twiplomacy juga dapat membantu negara untuk membentuk citra positifnya dan membangun kembali diplomasi publik yang proaktif (Dumčiuvienė, 2016). John H. Parmelee dalam artikelnya yang berjudul "*The Agenda-Building Function of Political Tweets*" berpendapat bahwa *tweet* memiliki sifat yang menarik, sehingga banyak aktor politik menggunakan Twitter untuk berkomunikasi dan membentuk persepsi publik (Parmelee, 2014). Menurut Burson Cohn dan Wolfe pada penelitiannya tentang Twiplomacy pada tahun 2022, terdapat tiga hal terkait kondisi Diplomasi Twitter pada saat ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Digitalisasi konflik geopolitik (geopolitical tensions digitised) adalah konflik geopolitik yang digitalisasi oleh aktor negara melalui diplomasi digital sehari-hari. Walaupun Vladimir Putin dan Xi Jinping tidak berinteraksi langsung melalui Twitter, tetapi konflik geopolitik terhadap mereka tetap menjadi topik utama di dunia digital. Meskipun demikian, bagi aktor negara yang memiliki kekuatan kecil, diplomasi digital melalui Twitter ini dapat memberikan pengaruh langsung kepada mereka karena dukungan publik internasional (BCW Twiplomacy, 2022).
- 2) Adanya narasi yang terus terang atau asli (*authenticity reigns supreme*), di mana terdapat perubahan besar pada narasi atau *statement* aktor negara dalam Twiplomacy. Sebelumnya, narasi atau *statement* tersebut dikontrol dengan ketat dan sarat akan formalitas, namun sekarang lebih bersifat singkat (*shorter*), tajam atau kasar (*sharper*), mentah (*rawr*), dan emosional (*emotive*).
- 3) Pentingnya keterlibatan publik (*engagement matters most*). Pengaruh *online* bukan lagi tentang seberapa banyak pengikut akun media sosial, tetapi tentang seberapa banyak terlibatnya publik berinteraksi terhadap suatu *tweet* atau pesan aktor negara. Banyaknya interaksi tersebut dapat dilihat melalui metrik *like* dan *retweet* sebagai indikator yang berkontribusi paling besar terhadap pengaruh serta jangkauan *tweet*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten, yang menganalisis isi pesan atau informasi yang tertulis di media sosial, yang berfokus pada akun Twitter resmi Presiden Ukraina Volodymyr Zelenskyy (ZelenskyyUA), Menteri Transformasi Digital Ukraina (@FedorovMykhailo), dan Kenegaraan Ukraina (@Ukraine). Periode waktu dalam penelitian ini juga hanya berfokus pada peristiwa Invasi Rusia ke Ukraina pada awal tahun 2022 sebagai *prelude* konflik, hingga akhir tahun 2024.

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari seluruh *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter resmi aktor negara Ukraina tersebut. Seluruh *tweet* yang terkumpul akan diolah, divisualisasikan, serta diinterpretasikan dengan bantuan *software* analisis data kualitatif yaitu MAXQDA. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber pada *website* resmi Pemerintah Ukraina seperti *Government of Ukraine*, *The Independent Kyiv*, *Ministry Digital Transformation of Ukraine*, UNITED24, konferensi resmi, *web* berita yang kredibel, serta jurnal ilmiah yang terkait dengan topik penelitian.

## PEMBAHASAN

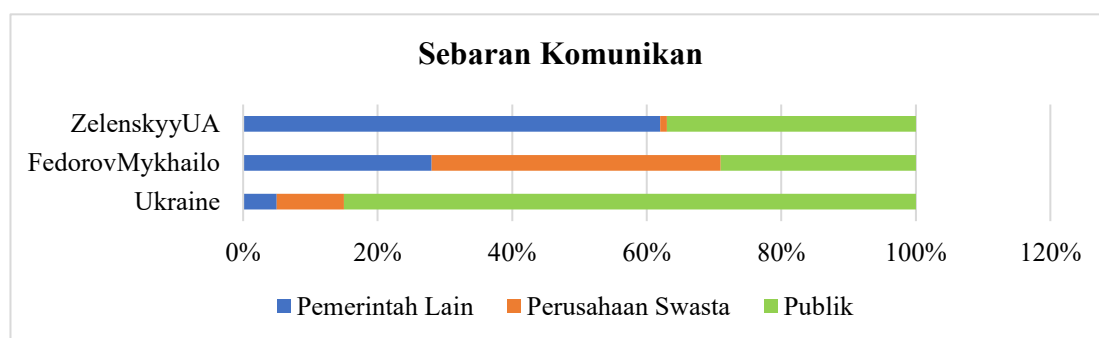
### Pemetaan Profil Akun Twitter Resmi Aktor Negara Ukraina

Para pemimpin dunia telah beralih ke media sosial Twitter untuk menyampaikan pesan mereka kepada rakyatnya melalui platform yang mudah diikuti oleh berbagai audiens di seluruh dunia. Twitter memungkinkan pemimpin politik untuk berbagi pesan yang tidak disaring dengan publik kapan saja dan di mana saja, tanpa harus melewati proses birokrasi dan mekanisme yang rumit dalam penyebaran aliran informasi. Selain itu, aktor negara juga dapat menjangkau audiens yang lebih besar, beragam, dan lebih global, yang sering kali tidak dapat dicapai oleh diplomasi tradisional (Wang, 2019). Salah satu contoh paling menonjol adalah Presiden Ukraina Volodymyr Zelenskyy (@ZelenskyyUA), yang sejak masa kampanye hingga Invasi Rusia secara aktif menggunakan Twitter untuk membangun citra, menyampaikan kondisi krisis, dan menggalang dukungan internasional (Al-Qidi, 2022; Skálová, 2023). Aktivitas digitalnya meningkat pesat selama invasi, ditandai dengan lonjakan pengikut dan pengakuan sebagai salah satu pemimpin paling berpengaruh di dunia dalam diplomasi Twitter (BCW Twiplomacy, 2022).

Menteri Transformasi Digital Ukraina yaitu Mykhailo Fedorov (@FedorovMykhailo) juga turut aktif dalam pemanfaatan Twitter selama Invasi Rusia untuk menekan perusahaan teknologi global agar memutus hubungan dengan Rusia. Menteri Fedorov secara aktif mengunggah *tweet* berbahasa Inggris dengan *mention* langsung kepada perusahaan teknologi swasta, seperti CEO Apple, serta mengunggah salinan surat resmi sebagai bentuk kampanye terbuka (Martin et al., 2024; Reuters, 2022). Sejak invasi dimulai, Fedorov telah mengirim lebih dari 4.000 permintaan resmi kepada perusahaan, pemerintah, dan organisasi internasional (Zakrzewski, 2022). Menurut Menteri Fedorov, Twitter merupakan alat yang sangat efisien dalam memobilisasi

dukungan, sehingga menjadi senjata utama Ukraina di ruang digital selama Invasi Rusia (Dillet, 2022; Tidy, 2022).

Akun Twitter resmi Kenegaraan Ukraina (@Ukraine), yang telah aktif sejak 2016, menjadi alat utama dalam praktik diplomasi digital Ukraina selama konflik dengan Rusia. Tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, akun ini juga aktif membalas dan berinteraksi, termasuk dengan akun resmi Rusia, untuk membentuk narasi yang menguntungkan Ukraina di mata publik global (The Economist, 2022). Salah satu momen paling menonjol adalah unggahan meme "*Types of Headaches*" pada akhir 2021 yang menyindir posisi geografis Ukraina di sebelah Rusia, dan berhasil meraih lebih dari 55 juta interaksi (Fitzgerald & Davis, 2024). Menurut pengelola akun @Ukraine dalam *The Washington Post*, unggahan tersebut bertujuan memperjelas bahwa Rusia adalah penyebab utama konflik, bukan Ukraina atau pihak Barat lainnya (Khurshudyan, 2022)



Gambar 1. Diagram Komunikasi Akun Twitter Resmi Aktor Negara Ukraina

Sumber: diolah peneliti.

Dalam upaya memahami diplomasi Twitter Ukraina selama konflik, penulis mengidentifikasi sebaran komunikasi dari tiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina, yaitu akun resmi Presiden Zelenskyy, Menteri Transformasi Digital Mykhailo Fedorov, dan akun Kenegaraan Ukraina. Berdasarkan analisis terhadap 173 tweet Presiden Zelenskyy dalam periode satu bulan sebelum hingga satu bulan setelah invasi Rusia, ditemukan bahwa 62% mention ditujukan kepada pemerintah negara lain, 37% kepada publik, dan hanya 1% kepada perusahaan swasta. Hal ini menunjukkan bahwa Presiden Zelenskyy berfokus pada membangun hubungan diplomatik dengan aktor-aktor negara melalui Twitter, dengan menyebut secara langsung pemimpin negara seperti Presiden Amerika Serikat. Fokus komunikasi pada pemerintah negara lain ini bertujuan untuk mendorong respons cepat terkait bantuan dan dukungan terhadap Ukraina di tengah krisis.

Sementara itu, analisis terhadap 142 tweet Menteri Fedorov pada periode yang sama menunjukkan pola komunikasi yang berbeda. Proporsi target komunikannya terdiri dari 43% perusahaan swasta, 29% publik, dan 28% pemerintah negara lain. Fokus utama Menteri Fedorov adalah pada perusahaan teknologi global seperti Elon Musk atau SpaceX, Google, Apple, dan Meta. Melalui komunikasi ini, Fedorov berupaya mendapatkan dukungan teknologi strategis, seperti layanan *starlink*, keamanan siber, dan bantuan untuk memblokir layanan di Rusia. Pendekatan ini mencerminkan praktik *tech diplomacy*, di mana aktor negara menjalin hubungan bilateral dengan entitas teknologi

swasta yang memiliki peran signifikan dalam konflik geopolitik modern (Ittelson & Rauchbauer, 2023).

Di sisi lain, akun Kenegaraan Ukraina menunjukkan strategi komunikasi yang lebih berorientasi pada publik. Dari total tweet yang dianalisis, ditemukan bahwa 85% diarahkan kepada publik, 10% kepada perusahaan swasta, dan hanya 5% kepada pemerintah negara lain. Dominasi target publik ini menunjukkan upaya Ukraina dalam membentuk opini publik global dan menggalang dukungan internasional melalui pendekatan *soft power*. Akun Ukraina ini menggunakan bahasa yang sederhana, narasi emosional dan satire, serta visual seperti meme dan infografis yang kuat secara emosional untuk membangun keterikatan dengan audiens global. Strategi ini juga diperkuat dengan konten yang mudah dibagikan dan bersifat viral, menjadikan akun @Ukraine tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen pengelolaan persepsi global selama Invasi Rusia ke Ukraina.

## **Analisis Diplomasi Twitter (Twiplomacy) Pemerintah Ukraina Selama Invasi Rusia Tahun 2022-2024**

### **Analisis Digitalisasi Konflik Geopolitik**

Digitalisasi konflik geopolitik terlihat jelas dalam invasi Rusia ke Ukraina sejak 2022, dimana media sosial dibanjiri dengan informasi visual, meme, kesaksian korban, dan disinformasi yang membentuk realitas perang di ruang digital (Bubna, 2022). Twitter menjadi arena utama pertarungan narasi, di mana tak sedikit informasi tanpa verifikasi menyebar dengan cepat tanpa kontrol. Dalam konteks ini, penciptaan narasi dan membangun persepsi publik menjadi senjata strategis. Ukraina dan Rusia sama-sama berupaya mengontrol opini global melalui perang informasi, yakni penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mempengaruhi publik, menarik simpati, dan menciptakan kebingungan di pihak lawan (Roy, 2022; Tech Policy Press, 2022).

Ukraina sebagai pihak yang lebih lemah dalam hal militer, berupaya secara strategis memanfaatkan media sosial Twitter sebagai alat pertahanan, dengan menyebarkan informasi yang faktual, menyerukan dukungan internasional, dan menyebarkan narasi yang mengharukan bagi publik (Alonso-Martín-Romo et al., 2023; Bjola & Manor, 2024). Di mana, Ukraina perlu mendapatkan dukungan dari komunitas internasional seperti publik dan pihak swasta serta pemimpin negara lain. Bagi Ukraina, media sosial menjadi saluran baru dalam penyebaran informasi faktual terkait konflik dengan Rusia yang telah membingungkan *warganet* akibat masifnya disinformasi (Ciuriak, 2022).

Peran media sosial dalam konflik ini juga memperlihatkan bagaimana digitalisasi telah mengubah cara isu atau konflik diberitakan. Tidak hanya jurnalis profesional yang menjadi sumber informasi, tetapi warga sipil di Ukraina juga dapat menyampaikan kondisi di lapangan secara langsung melalui media sosial, sehingga menciptakan bentuk baru jurnalisme digital yang lebih transparan dan sulit dikendalikan oleh propaganda Rusia (Chadwick, 2022). Dalam hal ini, warga negara Ukraina juga turut andil dalam berbagi kisah perang mereka di media sosial, seperti video pengalaman di tempat

pengungsian, video perlawanan sipil terhadap agresi Rusia, hingga kesaksian warga negara yang melarikan diri dari zona konflik.

Penggunaan media sosial oleh Ukraina tidak hanya terbatas pada komunikasi dan diplomasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menggalang bantuan, seperti akun Twitter resmi Kenegaraan Ukraina (@Ukraine) yang mempromosikan donasi dalam bentuk mata uang kripto seperti Bitcoin dan Ether. Kemudian, hanya dalam waktu dua hari, donasi tersebut berhasil mendapatkan jutaan dolar untuk mendukung pertahanan Ukraina (Barrett, 2022). Gavin Wood sebagai pendiri Polkadot juga menjanjikan donasi besar jika Ukraina menggunakan situs DOT untuk donasi mata uang kriptonya. Dengan pendekatan ini, Ukraina menunjukkan bahwa digitalisasi konflik dapat menjadi strategi bertahan yang efektif bagi negara yang lebih lemah dalam menghadapi agresi militer. Inovasi dalam komunikasi, diplomasi, dan pendanaan melalui media sosial telah menciptakan model baru dalam perang asimetris.

### **Analisis Narasi Terus Terang**

Guna melihat lebih dalam narasi Pemerintah Ukraina melalui akun Twitter resminya, maka penulis melakukan analisis konten dengan melakukan perhitungan frekuensi kata (*word frequency*) dan perhitungan distribusi sifat narasi tweet terhadap seluruh tweet dari masing-masing akun @ZelenskyyUa, @FedorovMykhailo, dan @Ukraine. Analisis word frequency terhadap tweet Presiden Ukraina Volodymyr Zelenskyy selama Invasi Rusia menunjukkan bahwa kata “*support*” merupakan kata yang paling dominan. Hal ini mencerminkan strategi komunikasi digital yang berfokus pada penggalangan dukungan internasional dan apresiasi atas bantuan yang diberikan kepada Ukraina. Melalui Twitter, Presiden Zelenskyy memanfaatkan diplomasi digital atau Twiplomacy untuk menyampaikan pesan secara langsung, spontan, dan tanpa hambatan birokrasi seperti pada diplomasi tradisional (Bjola & Holmes, 2015). Dominasi kata “*support*” dalam berbagai bentuk kombinasi seperti *military support*, *financial support*, *political support*, hingga *humanitarian support* menandakan bahwa Zelenskyy tidak hanya meminta bantuan secara umum, tetapi juga secara spesifik menyoroti jenis dukungan yang dibutuhkan. Penyusunan narasi ini menunjukkan bahwa Ukraina berupaya menciptakan persepsi bahwa mereka tidak sendirian, melainkan mendapatkan legitimasi moral dan dukungan konkret dari komunitas internasional.

Selain itu, konsistensi penggunaan kata “*support*” juga menunjukkan bahwa dukungan yang dimaksud Presiden Zelenskyy bukanlah untuk mendorong resolusi damai dalam waktu dekat, tetapi untuk memperkuat posisi Ukraina dalam konflik berkelanjutan. Hal ini berdasarkan pernyataan Presiden Zelenskyy dalam berbagai forum internasional, bahwa Ukraina bersedia melakukan *ceasefire* jika terdapat jaminan keamanan strategis jangka panjang dari NATO atau Uni Eropa, tetapi hal ini tidak dapat dijamin oleh NATO maupun Uni Eropa (Ramsay, 2024; VOA News, 2024). Oleh karena itu, Presiden Zelenskyy berusaha untuk terus mempertahankan dan memperjuangkan kedaulatan Ukraina, selama tidak ada keputusan yang menguntungkan. Dengan demikian, diplomasi Twitter Presiden Zelenskyy tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga alat negosiasi politik yang menegaskan bahwa dukungan internasional adalah elemen penting untuk kemenangan dan keamanan jangka panjang Ukraina, bukan sekadar untuk meredakan konflik.



Perhitungan distribusi narasi terus terang dalam keseluruhan *tweet* Presiden Zelenskyy selama Invasi Rusia, menunjukkan adanya dominasi terhadap narasi *emotive* atau emosional. Dominasi narasi *emotive* mencerminkan upaya Presiden Zelenskyy dalam membangun solidaritas global dan menggugah simpati publik internasional melalui pengelolaan emosi. Narasi ini sering kali digunakan untuk memperlihatkan penderitaan warga negara, seruan kemanusiaan, serta ajakan moral untuk mendukung Ukraina secara aktif. Salah satu contoh narasi *emotive* yang kuat adalah *tweet* Zelenskyy terkait serangan Rusia ke rumah sakit bersalin di Mariupol, yang menggambarkan kondisi anak-anak tertimpa reruntuhan dan menyerukan “*Close the sky right now!*” (Twitter @ZelenskyyUa, 2022). Narasi ini tidak hanya memicu emosi, tetapi juga menjadi seruan konkret kepada negara-negara lain untuk segera bertindak, seperti menetapkan zona larangan terbang.

Kemudian analisis word frequency terhadap *tweet* Menteri Transformasi Digital Ukraina Mykhailo Fedorov, didominasi penggunaan kata “*drone*”, yang menandakan fokus diplomasi Twitter-nya pada isu teknologi pertahanan modern. *Drone* sendiri telah menjadi instrumen strategis dalam pertahanan Ukraina, tidak hanya untuk pengintaian, tetapi juga sebagai alat serangan presisi terhadap pasukan Rusia (Bachmann & Gunneriusson, 2022). Melalui repetisi kata tersebut, Fedorov tidak hanya menyampaikan perkembangan teknologi militer Ukraina, tetapi juga menyampaikan kebutuhan spesifik kepada komunitas global, termasuk aktor non-negara, demi menarik dukungan teknologi maupun pendanaan. Konsistensi penggunaan kata “*drone*” ini juga merujuk pada proyek “*Army of Drones*” yaitu proyek resmi Ukraina di bawah naungan UNITED24. Dalam *tweet* yang menyoroti frasa ini, Menteri Fedorov berusaha mengajak publik untuk berdonasi dan turut serta dalam memperkuat pertahanan Ukraina melalui proyek tersebut. Dalam hal ini, diplomasi digital tidak lagi bersifat eksklusif antarnegara, melainkan telah berkembang menjadi bentuk kolaborasi luas antara negara dan pihak swasta (Bjola & Manor, 2018).

Penggunaan istilah lain seperti *fpv drone*, *kamikaze drone*, dan *naval drone* memperkuat citra bahwa Ukraina adalah negara yang adaptif secara teknologi dalam menghadapi serangan non-tradisional dari Rusia. Selain menyampaikan ketahanan, *tweet* ini juga bertujuan untuk membentuk persepsi bahwa Ukraina memiliki kapabilitas teknologi yang tangguh dan layak didukung. Melalui konsistensi penggunaan narasi tentang *drone*, Menteri Fedorov membangun representasi Ukraina sebagai korban agresi sekaligus inovator dalam perang modern. Pendekatan ini bukan hanya strategi komunikasi, melainkan bagian dari diplomasi publik digital yang menekankan transparansi kebutuhan militer dan memperkuat citra negara di panggung internasional. Dalam konteks ini, diplomasi Twitter Menteri Fedorov memperlihatkan bahwa kekuatan dalam konflik modern tidak semata ditentukan oleh senjata, melainkan juga oleh kemampuan dalam mengelola informasi, inovasi teknologi, dan solidaritas global.

Perhitungan distribusi narasi terus terang dalam keseluruhan *tweet* Menteri Fedorov memperlihatkan adanya dominasi narasi *emotive* atau emosional. Dominasi narasi *emotive* menunjukkan bahwa Menteri Fedorov tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai konflik sebagai tragedi kemanusiaan yang mendesak perhatian dunia. Salah satu contoh paling menonjol adalah *tweet* Menteri Fedorov yang memperlihatkan foto seorang wanita hamil menjadi korban pengeboman rumah sakit bersalin di Mariupol, disertai kalimat emosional “*We will never forgive. Never*” (Twitter

@FedorovMykhailo, 2022). Frasa tersebut tidak hanya mengekspresikan kemarahan dan penderitaan, tetapi juga membangun narasi bahwa Rusia telah melakukan kejahatan terhadap warga sipil yang paling rentan yaitu ibu hamil dan bayi. Penggunaan istilah “*Russian murderers*” dalam tweet tersebut memperjelas upaya *framing* terhadap Rusia sebagai pelaku kejahatan kemanusiaan, bukan sekadar aktor militer dalam konflik. Melalui *framing* tersebut, Fedorov secara strategis memanfaatkan kekuatan emosi dalam membentuk persepsi publik global (Miskimmon et al., 2014). Dengan membingkai peristiwa dalam narasi yang kuat secara moral dan emosional, *tweet* Fedorov menjadi bentuk *emotive appeal* yang bertujuan menggugah simpati publik global serta mendesak tindakan konkret dari negara dan institusi internasional terhadap agresi Rusia.

Selanjutnya analisis word frequency terhadap tweet akun Kenegaraan Ukraina menunjukkan bahwa adanya dominasi kata “*Russian*” yang terfokus pada pelabelan Rusia sebagai aktor utama dalam konflik militer. Adanya frekuensi tinggi penggunaan kata ini menunjukkan upaya sistematis untuk memperkuat narasi bahwa Rusia adalah pelaku invasi yang harus dimintai pertanggungjawaban. Penekanan ini tidak sekadar administratif, melainkan strategis, karena bertujuan mendelegitimasi Rusia sebagai musuh geopolitik dan juga musuh moral (Entman, 2008). Penggunaan kata “*Russian*” dipasangkan dengan istilah seperti “*terrorists*” atau “*murderers*”, yang memperkuat pembingkai Rusia sebagai pelaku terorisme. Dengan membingkai invasi sebagai bentuk terorisme, Ukraina membangun tekanan moral terhadap komunitas global untuk memberikan sanksi lebih tegas dan mengklasifikasikan Rusia sebagai negara sponsor teror.

Selain itu kata “*Russian*” juga digunakan dalam frasa “*Russian aggression*” dan *hashtag* #StopRussianAggression. Frasa ini secara eksplisit menunjuk pada pelanggaran hukum internasional oleh Rusia, tidak hanya sejak aneksasi Krimea pada tahun 2014, tetapi juga merujuk pada invasi saat ini yang dimulai sejak 2022. *Hashtag* #StopRussianAggression berfungsi sebagai alat mobilisasi digital yang memperluas jangkauan pesan Ukraina dan sebagai wadah pengumpulan pesan dari publik internasional di Twitter. Dengan demikian, penggunaan kata “*Russian*”, frasa “*Russian aggression*”, dan *hashtag* #StopRussianAggression tidak hanya bersifat retorik, tetapi merupakan elemen strategis dalam diplomasi Twitter Ukraina. Ketiganya membentuk narasi kolektif yang bertujuan membingkai Rusia sebagai pelanggar hukum dan mempertahankan legitimasi Ukraina dalam konflik yang sedang berlangsung. Strategi ini menunjukkan bahwa diplomasi Twitter bukan hanya soal komunikasi, tetapi juga alat perjuangan identitas dan hukum di tengah konflik bersenjata.

Perhitungan distribusi narasi terus terang dalam keseluruhan *tweet* akun Kenegaraan Ukraina menunjukkan adanya dominasi narasi *sharp* atau tajam. Dominasi narasi *sharp* mengindikasikan adanya upaya untuk memperkuat pesan dalam bentuk kritik eksplisit melalui pernyataan langsung, jelas, dan bersifat menyerang atau membantah. Misalnya berupa kritik keras terhadap Rusia, penegasan posisi Ukraina sebagai pihak korban, atau fakta yang memang sengaja disampaikan secara tegas. Salah satu contoh narasi *sharp* dari *tweet* Kenegaraan Ukraina adalah *meme* Lisa Simpson yang menyatakan “*Stop saying ‘Ukraine Crisis’. There is no crisis. There is a bad neighbor*” (Twitter @Ukraine, 2022). Melalui *meme* ini, Ukraina secara eksplisit berusaha membingkai ulang persepsi publik internasional mengenai konflik antara Ukraina dengan Rusia. Selain itu, Ukraina berusaha menolak label ‘krisis Ukraina’ yang bersifat netral

dan secara tegas menyalahkan Rusia melalui narasi '*bad neighbor*'. Melalui penyebaran narasi '*bad neighbor*' ini, berusaha menyampaikan bahwa situasi di Ukraina bukanlah krisis internal belaka, tetapi terdapat tetangga jahat sebagai agresor eksternal yang telah menyebabkan kekacauan, sehingga melalui narasi tersebut Ukraina dapat mempertahankan legitimasi internasional serta memperkuat dukungan moral internasional.

Perbandingan narasi dari ketiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina yaitu Presiden Zelenskyy, Menteri Fedorov, dan Kenegaraan Ukraina menunjukkan adanya strategi komunikasi yang berbeda meskipun dalam konteks perang yang sama, yaitu Invasi Rusia. Perbedaan ini memperlihatkan pembagian peran dalam Twiplomacy Ukraina, di mana masing-masing akun menyoroti aspek strategis konflik yang berbeda melalui narasi yang disebar. Misalnya seperti Presiden Zelenskyy yang berfokus pada penggalangan dukungan dari pemerintah negara lain, Menteri Fedorov yang menekankan teknologi pertahanan dan keamanan dengan menyasar perusahaan swasta, serta Kenegaraan Ukraina yang membangun framing agresor terhadap Rusia kepada publik internasional. Dengan demikian, melalui strategi Twiplomacy Ukraina ini dapat memperluas daya jangkauan dan efektivitas pesan yang ingin disampaikan ke dunia internasional.

Ketiga pola narasi yang berbeda ini terlihat bahwa akun @ZelenskyyUA dan @FedorovMykhailo sama-sama menggunakan pendekatan narasi terus terang yang bersifat *emotive*, namun sasaran komunikasi dan kontennya berbeda. Presiden Zelenskyy menggunakan narasi emosional untuk menggalang dukungan internasional kepada pemerintah lain, sedangkan Menteri Fedorov menggunakan narasi emosional dalam konteks teknologi perang yang ditujukan kepada perusahaan swasta. Dalam hal ini, baik Presiden Zelenskyy maupun Menteri Fedorov sama-sama berusaha untuk memperkuat kemampuan Ukraina dalam melawan Rusia. Sebaliknya, akun @Ukraine menggunakan pendekatan narasi terus terang yang bersifat *sharp*, yang lebih konfrontatif dan secara eksplisit menargetkan persepsi global untuk menciptakan tekanan terhadap Rusia sebagai agresor. Perbedaan pola narasi ini menunjukkan bahwa narasi Twiplomacy Ukraina memiliki keberagaman yang disesuaikan dengan posisi dan fungsi dari masing-masing aktor negara Ukraina. Dengan demikian, narasi Presiden Zelenskyy memainkan peran penting dalam aspek moral dan perjuangan simbolik, narasi Menteri Fedorov berperan dalam pengadaan teknologi militer, serta akun Kenegaraan Ukraina berperan dalam memobilisasi publik dalam bingkai propaganda.

Selain itu, dalam narasi tweet-nya, Presiden Zelenskyy juga menggunakan pendekatan yang lebih normatif dan diplomatis dengan menekankan nilai-nilai hubungan internasional, sedangkan Menteri Fedorov bersifat operasional dengan menyoroti teknologi perang, sementara akun Kenegaraan Ukraina lebih komunikatif terhadap publik dengan menekankan konten yang populer. Ketiga akun tersebut menunjukkan komunikasi dalam Twiplomacy dari yang bersifat formal, semi-formal, hingga informal, dan bahkan sarkastis. Dalam konteks perbandingan ini, Presiden Zelenskyy berusaha membangun kredibilitas sebagai pemimpin negara karena konten yang diunggahnya akan menjadi informan terpercaya bagi warga negara Ukraina dan publik internasional. Sementara itu, Menteri Fedorov berusaha membangun citra Ukraina sebagai negara yang inovatif dalam teknologi perang, sedangkan Kenegaraan Ukraina berusaha membangun narasi yang atraktif dan mudah diterima secara luas oleh publik internasional. Melalui

perbedaan yang signifikan ini, menunjukkan bahwa ketiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina tersebut saling melengkapi dalam menjangkau berbagai audiens di ruang digital, seperti pemerintah negara lain (aktor negara), perusahaan swasta teknologi, serta publik internasional secara umum. Oleh karena itu, melalui perbedaan gaya komunikasi ini, pesan atau konten yang disampaikan oleh Pemerintah Ukraina akan lebih mudah dalam menembus berbagai komunitas internasional melalui Twiplomacy-nya.

Hasil analisis perbandingan ketiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina yaitu @ZelenskyyUa, @FedorovMykhailo, dan @Ukraine menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam peran aktor yang memengaruhi strategi narasi dalam Twiplomacy. Presiden Zelenskyy menunjukkan figur personal sebagai pemimpin negara, sehingga narasi yang diunggah sarat akan etika namun tetap emosional. Sebaliknya, Menteri Fedorov mewakili Kementerian Transformasi Digital Ukraina yang senantiasa membawa narasi terkait inovasi teknologi militer. Di sisi lain, akun Kenegaraan Ukraina sebagai aktor negara bukan pribadi yang lebih fleksibel melalui narasi satire atau sarkasme. Dengan demikian, posisi struktural dari setiap aktor negara juga berpengaruh langsung terhadap narasi dan fokus komunikasi mereka dalam Twiplomacy.

Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa dalam konflik modern, strategi Twiplomacy juga harus melalui personalisasi sesuai dengan posisi aktor negara agar dapat mencapai target secara maksimal. Selain itu, analisis perbandingan ini juga menunjukkan bahwa Twiplomacy yang efektif tidak harus bersifat sentral dengan konten yang seragam, tetapi dapat melalui konten yang beragam seperti halnya yang dilakukan oleh Pemerintah Ukraina. Hal ini juga memperlihatkan bahwa dalam melawan Rusia selama invasi, Ukraina membangun narasi dengan memanfaatkan posisi, gaya, dan bahasa dari masing-masing aktor negara Ukraina, sehingga dapat menjangkau berbagai level audiens di ruang digital. Oleh karena itu, penggunaan narasi terus terang yang berbeda dalam Twiplomacy Ukraina ini mencerminkan adanya inovasi dalam berkomunikasi di tengah perang, terutama dalam konflik modern.

## **Analisis Keterlibatan Publik**

Tumbuhnya kesadaran akan pentingnya media sosial, khususnya Twitter, dalam diplomasi digital menyoroti pentingnya konten yang diunggah untuk memengaruhi keterlibatan publik. Keterlibatan publik di Twitter dapat dilihat melalui *engagement metrics* yang terdiri dari total interaksi masing-masing *likes*, *retweets*, dan *replies* (Aldhamiri et al., 2024). Metriks ini mencerminkan sejauh mana konten yang diunggah diterima oleh audiens, serta mengindikasikan jangkauan dan dampaknya. Tingginya tingkat interaksi dapat menunjukkan efektivitas strategi komunikasi di media sosial Twitter, sedangkan rendahnya keterlibatan dapat menjadi indikator perlunya evaluasi terhadap konten yang disajikan (Dhanesh et al., 2022). Melalui pemahaman metrik interaksi pada konten Twitter dapat menjadi faktor yang penting bagi Diplomasi Twitter Pemerintah Ukraina selama Invasi Rusia. Hal ini karena interaksi yang tinggi dapat meningkatkan visibilitas pesan *tweet* mereka, menarik perhatian media, dan menumbuhkan persepsi positif terhadap Ukraina terkait konflik dengan Rusia (Eslami et al., 2024).

	<i>Likes</i>	<i>Retweets</i>	<i>Replies</i>
<b>@ZelenskyyUA</b>	14113	2238	746
<b>@FedorovMykhailo</b>	829	161	29
<b>@Ukraine</b>	39748	6129	812

Gambar 2. Total Engagements on Twitter  
Sumber: diolah peneliti.

Perhitungan *engagements* tersebut dihitung berdasarkan pada jumlah *likes*, *replies*, dan *retweets*, yang masing-masing direpresentasikan dalam warna berbeda. Sesuai dengan tabel pada Gambar 2, akun Twitter @Ukraine memiliki tingkat interaksi dari semua kategori, dengan rata-rata total *likes* mencapai 39748, *retweets* sebanyak 6129, dan *replies* sebanyak 812. Tingginya jumlah *retweets* ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh @Ukraine ini tidak hanya populer atau viral, tetapi juga banyak disebarluaskan oleh publik yang ditunjukkan dengan jumlah retweet yang relatif banyak. Sementara itu, akun Twitter resmi Presiden Zelenskyy @ZelenskyyUA juga menunjukkan performa interaksi yang cukup tinggi, dengan rata-rata total *likes* sebesar 14113, *replies* sebanyak 746, dan *retweets* sebanyak 2238. Meskipun jumlah interaksinya lebih rendah dibandingkan dengan akun Twitter @Ukraine, tetapi *engagement* akun Presiden Zelenskyy ini tetap menunjukkan kekuatan pemimpin sebagai representasi dari aktor negara utama Ukraina.

Terlihat pada Gambar 2 di atas, bahwa interaksi akun @ZelenskyyUA relatif merata dari ketiga metrik interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa akun Presiden Zelenskyy ini tidak hanya diterima secara emosional melalui *likes* dari publik, tetapi juga melibatkan adanya komunikasi dua arah melalui *replies*, dan adanya partisipasi publik dalam penyebaran pesan melalui *retweets*. Berbeda dengan dua akun sebelumnya, akun Menteri Fedorov @FedorovMykhailo menunjukkan interaksi yang jauh lebih rendah, dengan hanya rata-rata total *likes* sebesar 829, *retweets* sebanyak 161, dan *replies* sebanyak 161. Hal ini menunjukkan bahwa peran Menteri Fedorov dalam Diplomasi Twitter tidak berorientasi pada publik internasional secara umum. Tetapi, akun Menteri Fedorov ini menyuarakan isu-isu khusus terkait teknologi perang, digitalisasi pemerintahan, dan kerja sama internasional di bidang teknologi, sehingga sasaran komunikasi akun @FedorovMykhailo tentunya juga dipersonalisasi.

Sesuai dengan analisis konten terhadap narasi *tweet* dan perhitungan total interaksi *tweet* yang sudah dilakukan sebelumnya, akun @Ukraine dengan rata-rata interaksi tertinggi cenderung mengunggah konten dengan emosi kuat yang diinterpretasikan melalui gambar meme dan narasi singkat namun tajam yang ditujukan kepada Rusia. Tingginya interaksi audiens ini juga didorong dengan sifat alamiah meme itu sendiri, di mana meme politik harus dapat membangkitkan suatu entitas dan menjadi hiburan kelompok masyarakat, sehingga dapat memperkuat ‘pelaku meme’ dalam dunia krisis (Huemer, 2018). Selain itu, menurut studi yang dilakukan oleh Suresh Malodia dkk (2022) menemukan bahwa meme yang menjadi viral itu tentu sangat relevan dengan situasi yang sedang terjadi, sehingga meme tersebut dapat diterima dengan baik oleh target audiens dan meningkatkan keterlibatan publik serta citra ‘pelaku meme’ (Malodia et al., 2022).

Selanjutnya, konten yang berfokus pada konflik yang sedang terjadi memiliki dampak sedang pada keterlibatan publik, yang dapat terlihat pada konten akun @ZelenskyyUa. Akun Twitter tersebut cenderung mengunggah *tweet* terkait isu krisis atau konflik antara Ukraina dengan Rusia. Merujuk pada penelitian Yunya Song (2016), konten media sosial yang berfokus pada krisis terkadang hanya menarik perhatian audiens saja dan dapat mengurangi interaksi audiens. Interaksi yang lebih rendah ini dapat disebabkan oleh emosi negatif atau rasa sedih, sehingga memungkinkan pengguna cenderung tidak menunjukkan dukungan terkait kejadian buruk pihak lain (Leppert et al., 2022; Song et al., 2016). Selain itu, akun Twitter @ZelenskyyUa juga turut memberikan informasi terkait kerja sama Ukraina dengan memberikan *mention* kepada pemerintah negara lain dalam agenda melawan Rusia. Merujuk pada hal tersebut, sesuai dengan *digital grammar rules* oleh Bjola (2024) bahwa *mention* termasuk ke dalam *computational personalization*, di mana adanya aktivitas diplomasi dengan mempersonalisasi konten mereka dengan berfokus secara terang-terangan pada target audiens tertentu. Dengan demikian, adanya *mention* kepada akun Twitter negara lain dapat memberikan *engagement* yang jelas karna dianggap relevan bagi pengguna Twitter di negara tersebut yang diberikan *mention*, sehingga hal ini dapat menambah interaksi terhadap konten (Bjola & Manor, 2024).

Berikutnya, konten yang berfokus pada upaya kerja sama Ukraina dengan pihak swasta cenderung memiliki interaksi yang paling rendah. Dapat terlihat pada akun Twitter @FedorovMykhailo yang lebih banyak berkomunikasi dengan pihak swasta untuk mendapatkan bantuan teknologi dan infrastruktur. Selain itu, akun Menteri Fedorov juga cenderung menyajikan informasi terkait kondisi teknologi *drone* dan *starlink* di Ukraina. Rendahnya interaksi pada konten tersebut karena sejatinya audiens media sosial Twitter lebih tertarik pada konten yang sesuai dengan minat mereka, familiar, atau memberikan informasi yang berharga menurut para audiens (Uysal et al., 2012). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa konten terkait teknologi dan infrastruktur di Ukraina selama Invasi Rusia serta kerja sama Ukraina dengan pihak swasta dinilai kurang menarik bagi audiens, sehingga interaksi terhadap konten tersebut cenderung rendah dibandingkan dengan konten yang lainnya.

Keterlibatan publik dalam Twiplomacy menjadi elemen kunci dalam memperkuat diplomasi Ukraina selama invasi Rusia. Dalam konteks ini, publik tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai aktor yang berkontribusi dalam penyebaran narasi diplomasi melalui media sosial Twitter. Adanya interaksi tinggi terhadap *likes*, *retweet*, dan *replies* pada unggahan *tweet* aktor negara Ukraina dapat memperluas jangkauan informasi atau isu yang disampaikan. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan kesadaran global terkait isu-isu kritis dan mempercepat diseminasi informasi ke khalayak internasional, baik aktor negara maupun aktor non-negara (Metzgar & Maruggi, 2009). Selain itu, keterlibatan publik dalam Twiplomacy juga dapat menarik perhatian dunia dan menghasilkan *political support* yang signifikan bagi Ukraina. Lithuania juga turut mendukung Ukraina melalui akun resmi Twitter pemerintahan, dengan menyematkan hashtag #StandWithUkraine dalam *display name*-nya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Lithuania benar-benar menjadi negara yang sangat mendukung Ukraina dalam konflik melawan agresi militer Rusia (Martin et al., 2024).

Sementara itu, dukungan dari masyarakat global melalui kampanye sosial melalui *hashtag* juga turut menjadi tren global di media sosial Twitter. Dalam penyebaran

*hashtag*, akun Twitter resmi kenegaraan Ukraina berperan sebagai inisiator utama dalam munculnya berbagai *hashtag* di Twitter. Melalui akun resmi @Ukraine, pemerintah Ukraina secara aktif mengajak publik internasional untuk meningkatkan visibilitas *hashtag* seperti #StopRussianAggression, #RussiaInvadedUkraine, dan #UkraineUnderAttack. Seruan ini memperoleh respons positif dari pengguna Twitter, yang menunjukkan dukungan mereka terhadap Ukraina. Dukungan tersebut tidak hanya datang dari warga Ukraina, tetapi juga dari masyarakat internasional, termasuk individu dari Hong Kong, Amerika Serikat, Kanada, dan berbagai negara lainnya, yang turut serta dalam penyebaran *hashtag* tersebut (Martin et al., 2024).

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai analisis diplomasi Twitter oleh Pemerintah selama Invasi Rusia tahun 2022-2024 peneliti menemukan diplomasi Twitter yang dilakukan Pemerintah Ukraina dalam melawan Rusia. Sesuai dengan analisis konten yang mengacu pada konsep Twiplomacy pada ketiga akun Twitter resmi aktor negara Ukraina yaitu Kenegaraan Ukraina, Menteri Transformasi Digital Ukraina, dan Presiden Ukraina, ditemukan bahwa ketiga akun tersebut memiliki karakteristik dan pola masing-masing dalam aktivitas diplomatik.

Pada analisis digitalisasi konflik geopolitik menunjukkan bahwa konflik antara Ukraina dengan Rusia memiliki perbedaan daripada konflik-konflik lainnya. Hal ini karena media sosial di seluruh dunia telah dibanjiri oleh berbagai informasi, disinformasi, hingga propaganda terkait Invasi Rusia ke Ukraina yang mengakibatkan konflik meluas menjadi perang informasi. Sejak awal terjadinya invasi, Ukraina telah menyadari bahwa negaranya merupakan pihak yang lebih lemah di lapangan jika dibandingkan dengan kekuatan Rusia. Selain itu, media sosial Twitter bagi Ukraina memiliki peran strategis dalam melawan Rusia, seperti kecepatan Twitter yang dapat menyebarkan informasi dengan narasi yang telah dipersonalisasi, mempromosikan saluran donasi Ukraina yang memanfaatkan *blockchain*, serta keterlibatan masyarakat Ukraina yang turut menyebarkan informasi di Twitter terkait Invasi Rusia dalam sudut pandang korban.

Kemudian, dalam analisis narasi terus terang, pada perhitungan *word frequency* akun Twitter @ZelenskyyUA menunjukkan kata “*support*” merupakan kata yang paling banyak diunggah oleh akun tersebut. Selanjutnya perhitungan *word frequency* akun @FedorovMykhailo menunjukkan kata “*drone*” yang paling banyak diunggah oleh akun tersebut. Kemudian dalam perhitungan *word frequency* akun @Ukraine menunjukkan kata “*Russian*” adalah kata yang paling sering diunggah. Akun @ZelenskyyUa menampilkan dominasi narasi *emotive* secara sangat kuat, mencapai 88,8% dari total unggahan. Hal ini menunjukkan upaya Presiden Zelenskyy untuk membangun koneksi emosional yang intens dengan audiens domestik dan internasional. Pendekatan berbasis emosi ini tidak hanya memperkuat citra pribadi sebagai pemimpin di masa perang, tetapi juga mengukuhkan posisi Ukraina sebagai korban agresi yang membutuhkan dukungan global, baik secara moral maupun material.

Sementara itu, akun @FedorovMykhailo meskipun tetap menonjolkan narasi *emotive* (77,2%), memperlihatkan proporsi penggunaan gaya *sharp*, *raw*, dan *short* yang

lebih signifikan dibandingkan Zelenskyy. Sebagai Menteri Transformasi Digital, Fedorov mengombinasikan pendekatan emosional dengan serangan verbal yang tajam dan penyampaian pesan yang cepat dan padat. Berbeda dari kedua akun individu tersebut, akun kenegaraan @Ukraine justru mengutamakan narasi *sharp* (41,1%) yakni penyajian narasi tajam dan eksplisit, diikuti dengan narasi *emotive* (29,9%), *raw* (18,7%), dan *short* (10,3%). Secara keseluruhan, perbedaan pola narasi ini menunjukkan bahwa diplomasi Twitter Ukraina tidak bersifat homogen, melainkan terstruktur sesuai dengan fungsi dan audiens masing-masing akun.

Selanjutnya pada analisis keterlibatan publik, analisis tersebut menunjukkan bahwa akun Twitter @Ukraine mendapatkan interaksi yang paling besar dibandingkan dua akun lainnya yaitu @FedorovMykhailo dan @ZelenskyyUa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan visual meme dan narasi terus terang yang digunakan telah berhasil mendapatkan perhatian publik internasional. Merujuk pada Bjola dan Manor (2004), hal tersebut dapat terjadi karena dalam komunikasi politik diplomasi digital, peran gambar dan narasi visual dapat lebih mudah membentuk pemahaman masyarakat tentang peristiwa dunia. Selain itu, kesederhanaan visual dapat mendukung pembentukan konten viral, sehingga dapat memudahkan para aktor politik untuk berkomunikasi dengan cara yang menyenangkan dan mudah diakses (Bjola & Manor, 2024b). Dengan demikian, melalui media sosial Twitter, Ukraina berusaha memobilisasi dukungan internasional sebagai upaya dalam melawan kekuatan besar Rusia. Dibuktikan dengan seruan bantuan dari Lithuania dan Polandia yang secara terbuka mendukung Ukraina melalui akun Twitter resmi mereka, hingga membantu dalam penggalangan dana yang diperuntukan bagi Ukraina. Selain itu, aktor swasta besar seperti Elon Musk dan perusahaan besar seperti Apple juga turut memberikan bantuan kepada Ukraina melalui pemberian *starlink* serta memblokir layanan Apple di Rusia.

Melalui diplomasi Twitter yang telah dilakukan dari ketiga akun Twitter aktor negara Ukraina di atas, peneliti menyimpulkan bahwa konten yang diunggah oleh masing-masing akun mampu mencapai kepentingan nasional Ukraina dalam memobilisasi dukungan internasional selama Invasi Rusia ke Ukraina. Selain itu, terlihat perbedaan konten dan target audiens yang dipersonalisasi oleh masing-masing akun. Misalnya seperti akun Twitter @Ukraine yang dominan berdiplomasi kepada publik melalui pesan visual, akun @FedorovMykhailo cenderung mengarah kepada pihak swasta untuk bantuan secara teknis, dan akun @ZelenskyyUa dominan berdiplomasi mencari dukungan kepada pemerintah negara lain. Secara keseluruhan, Invasi Rusia ke Ukraina menjadi studi kasus penting dalam memahami bagaimana digitalisasi telah mengubah perang modern. Twiplomacy menjadi alat utama bagi Ukraina dalam membangun dukungan internasional, melawan propaganda, dan mempercepat respons global terhadap konflik yang mereka hadapi. Keberhasilan Twiplomacy Ukraina ini menunjukkan bahwa dalam perang modern, penggunaan narasi informasi dalam media sosial juga sama pentingnya dengan kekuatan militer di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

Aldhamiri, A., Carlson, J., Vilches-Montero, S., Rahman, S. M., & Gudergan, S. P. (2024). What drives higher active customer engagement in luxury brands' social



- media? Measurement and contingencies. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 103804. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103804>
- Alonso-Martín-Romo, L., Oliveros-Mediavilla, M., & Vaquerizo-Domínguez, E. (2023). Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on disinformation in the Ukrainian war. *El Profesional de La Información*, e320405. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.05>
- Al-Qidi, D. (2022, March 6). How Zelensky used social media to his advantage. *Arab News*. <https://www.arabnews.com/node/2037236>
- Bachmann, S. D., & Gunneriusson, H. (2022). *Russia's Hybrid Warfare in the East*.
- Barrett, E. (2022, February 28). Ukraine tweeted it was 'now accepting cryptocurrency donations.' In two days, \$12 million worth of Bitcoin, Ethereum, and USDT poured in. *Fortune*. <https://fortune.com/2022/02/28/ukraine-crypto-donations-tweet-bitcoin-ethereum-usdt-russia-invasion/>
- BCW Tiplomacy. (2022). *Twiplomacy Study 2022: World Leader Power Ranking* [Online post]. <https://www.twiplomacy.com/world-leader-executive-summary>
- BCW Tiplomacy. (2022). *Top 10 World Leader Power Ranking* [Online post]. <https://www.twiplomacy.com/top-10-world-leader-power-ranking>
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Bjola, C., & Manor, I. (2018). Revisiting Putnam's two-level game theory in the digital age: Domestic digital diplomacy and the Iran nuclear deal. *Cambridge Review of International Affairs*, 31(1), 3–32. <https://doi.org/10.1080/09557571.2018.1476836>
- Bjola, C., & Manor, I. (2024). Introduction: Understanding Digital Diplomacy—the Grammar Rules and Patterns of Digital Disruption. In C. Bjola & I. Manor (Eds.), *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy* (1st ed., pp. 3–28). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192859198.013.1>
- Bubna, V. (2022, April 11). The Russia-Ukraine war – A Twitter War? *Modern Diplomacy*. <https://moderndiplomacy.eu/2022/04/11/the-russia-ukraine-war-a-twitter-war/>
- Chadwick, R. (2022). Everyday ethics and disasters. *Bioethics*, 36(9), 901–901. <https://doi.org/10.1111/bioe.13100>
- Chhabra, R. (2020). Twitter diplomacy: A brief analysis. *Observer Research Foundation-ORF, Issue Brief, Query date: 2024-11-14 12:57:54*. <https://www.orfonline.org/public/uploads/posts/pdf/20230511125636.pdf>
- Ciuriak, D. (2022). The Role of Social Media in Russia's War on Ukraine. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4078863>
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social media engagement with organization-generated content: Role of visuals in enhancing public engagement with organizations on Facebook and Instagram. *Public Relations Review*, 48(2), 102174. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102174>
- Dillet, R. (2022, March 15). Ukraine's Mykhailo Fedorov talks about corporate sanctions and running a government during wartime. *TechCrunch*. <http://techcrunch.com/2022/03/15/ukraines-mykhailo-fedorov-talks-about-corporate-sanctions-and-running-a-government-during-wartime/>
- Dumčiuvienė, A. (2016). Twiplomacy: The meaning of social media to public diplomacy and foreign policy of Lithuania. *Lithuanian Foreign Policy Review*, 35(1), 92–118. <https://doi.org/10.1515/lfpr-2016-0025>

- Duncombe, C. (2017). Twitter and transformative diplomacy: Social media and Iran–US relations. *International Affairs*, 93(3), 545–562. <https://doi.org/10.1093/ia/iix048>
- Entman, R. M. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87–102. <https://doi.org/10.1177/1940161208314657>
- Eslami, P., Najafabadi, M., & Gharehgozli, A. (2024). Exploring the journey of influencers in shaping social media engagement success. *Online Social Networks and Media*, 41, 100277. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2024.100277>
- Ettmayer, W. (2014, August). *World War I: Why did European Diplomacy Fail- Could It Happen Today*. <https://www.wendelinettmayer.at/studien/artikel/world-war-i-why-did-european-diplomacy-fail-%E2%80%93-could-it-happen-today>
- Financial Times. (2022, March 17). *Ukraine and Russia explore neutrality plan in peace talks*. <https://www.ft.com/content/7b341e46-d375-4817-be67-802b7fa77ef1>
- Fitzgerald, M., & Davis, E. (2024, November 18). *Russia Invades Ukraine: A Timeline of the Crisis*. <https://www.usnews.com/news/best-countries/slideshows/a-timeline-of-the-russia-ukraine-conflict?slide=9>
- Graham, T., & Thompson, J. D. (2022, March 15). Russian government accounts are using a Twitter loophole to spread disinformation. *The Conversation*. <https://theconversation.com/russian-government-accounts-are-using-a-twitter-loophole-to-spread-disinformation-178001>
- Hocking, B., & Melissen, J. (2015). *Diplomacy in the Digital Age*.
- Hocking, B., Melissen, J., Riordan, S., & Sharp, P. (2012). *Futures for Diplomacy: Integrative Diplomacy in the 21st Century*. Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael.’ [https://www.clingendael.org/sites/default/files/2016-02/20121030\\_research\\_melissen.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/2016-02/20121030_research_melissen.pdf)
- Huemer, M. (2018). *Paradox Lost*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-90490-0>
- Ittelson, P., & Rauchbauer, M. (2023). *Tech diplomacy practice in the San Francisco Bay Area*.
- Karmanau, Y. (2022, March 7). 3rd round of peace talks wrap up as Ukrainian civilians continue to flee Russian shelling. *Global News*. <https://globalnews.ca/news/8663437/ceasefire-humanitarian-corridors-russia-shelling-ukraine/>
- Khurshudyan, I. (2022, January 25). Ukraine’s showdown with Russia plays out one meme at a time. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/world/2022/01/26/ukraine-russia-memes-social/>
- Leppert, K., Saliterer, I., & Korać, S. (2022). The role of emotions for citizen engagement via social media – A study of police departments using twitter. *Government Information Quarterly*, 39(3), 101686. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101686>
- Malodia, S., Dhir, A., Bilgihan, A., Sinha, P., & Tikoo, T. (2022). Meme marketing: How can marketers drive better engagement using viral memes? *Psychology & Marketing*, 39(9), 1775–1801. <https://doi.org/10.1002/mar.21702>
- Manor, I., & Pamment, J. (2019). Towards prestige mobility? Diplomatic prestige and digital diplomacy. *Cambridge Review of International Affairs*, Query date: 2024-11-14 12:57:54. <https://doi.org/10.1080/09557571.2019.1577801>
- Martin, A., Hartati, A. Y., Riyanto, A., & Ismiyatun, I. (2024). Analysis Of Twitter’s Social Media Usage In Russia-Ukraine War In 2022. *Pena Justisia: Media*

- Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 23(3), 2886–2910. <https://doi.org/10.31941/pj.v23i3.4789>
- Metzgar, E. T., & Maruggi, A. (2009). *Social Media and the 2008 U.S. Presidential Election*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:156529046>
- Miskimmon, A., O’Loughlin, B., & Roselle, L. (2014). *Strategic Narratives* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315871264>
- Nijman, J. E. (2005). Leibniz’s Theory of Relative Sovereignty and International Legal Personality: Justice and Stability or the Last Great Defense of the Holy Roman Empire. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1560742>
- Nirappil, F., Duplain, J., Timsit, A., & Villegas, P. (2022, May 22). A grasp at diplomacy as fighting grinds on in Ukraine. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/05/22/russia-ukraine-zelensky-poland/>
- Nossel, S. (2022, February 28). When Diplomacy Fails: Russia’s War in Ukraine. *Foreign Policy*. <https://foreignpolicy.com/2022/02/28/russia-ukraine-biden-eu-when-diplomacy-fails/>
- Oktarianisa, S. (2022, March 4). Kronologi dan Latar Belakang Konflik Rusia dan Ukraina. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220304134216-4-320044/kronologi-dan-latar-belakang-konflik-rusia-dan-ukraina/1>
- Parmelee, J. H. (2014). The agenda-building function of political tweets. *New Media & Society*, 16(3), 434–450. <https://doi.org/10.1177/1461444813487955>
- Ramsay, S. (2024, November 29). Zelenskyy suggests “hot phase” of Ukraine war could end in return for NATO membership if offered—Even if seized land isn’t returned immediately. *Sky News*. <https://news.sky.com/story/zelenskyy-suggests-hes-prepared-to-end-ukraine-war-in-return-for-nato-membership-even-if-russia-doesnt-immediately-return-seized-land-13263085>
- Reuters. (2022, February 26). *Ukraine Vice PM urges Apple to cut products, services supply in Russia*. <https://www.reuters.com/world/ukraine-vice-pm-urges-apple-cut-products-services-supply-russia-2022-02-25/>
- Roy, Dr. R. (2022, March 30). Deciphering weaponization of information in Russia-Ukraine conflict. *Financial Express*. <https://www.financialexpress.com/business/defence-deciphering-weaponization-of-information-in-russia-ukraine-conflict-2475845/>
- Scott, M. (2022, January 27). As Ukraine conflict heats up, so too does disinformation. *Politico*. <https://www.politico.eu/article/russia-ukraine-disinformation-nato-united-states-special-forces-winter-olympics-moscow-kremlin-kyiv/>
- Siriwardana, L. G. D. T. (2024). New Dynamics in Foreign Affairs: Failure of Diplomacy in 21st Century. *University of Colombo*, 2(1), 19.
- Skálová, K. (2023). *President Zelensky’s Twitter communication strategy: A Content Analysis of digital diplomatic practices in relation to the Russian invasion of Ukraine*. Linköping University.
- Song, Y., Dai, X.-Y., & Wang, J. (2016). Not all emotions are created equal: Expressive behavior of the networked public on China’s social media site. *Computers in Human Behavior*, 60, 525–533. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.086>
- Subtelny, O. (2009). *Ukraine: A history* (4th ed). University of Toronto Press.

- Tech Policy Press. (2022, March 12). *The War in Ukraine Exposes Social Media as a Tool of the State*. <https://www.techpolicy.press/the-war-in-ukraine-exposes-social-media-as-a-tool-of-the-state/>
- The Economist. (2022, March 1). *Ukraine's meme war with Russia is no laughing matter*. <https://www.economist.com/europe/2022/03/01/ukraines-meme-war-with-russia-is-no-laughing-matter>
- Tidy, J. (2022, March 7). Twitter is part of our war effort—Ukraine minister. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/technology-60608222>
- Treisman, D. (2016). Why Putin Took Crimea: The Gambler in the Kremlin. *Foreign Affairs*, 95(3), 47–54.
- Twitter @FedorovMykhailo. (2022, March 10). *We will never forgive. Never*. <https://x.com/FedorovMykhailo/status/1501620968090968071>
- Twitter @Ukraine. (2022, January 13). *Bad Neighbor*. <https://x.com/Ukraine/status/1481536598760173569>
- Twitter @ZelenskyyUa. (2022, March 9). *Mariupol: Direct strike of Russian troops*. <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1501579520633102349>
- Uysal, N., Schroeder, J., & Taylor, M. (2012). Social Media and Soft Power: Positioning Turkey's Image on Twitter. *Middle East Journal Of Culture And Communication*, 5(3), 338–359. <https://doi.org/10.1163/18739865-00503013>
- Visual Journalism Team. (2024, February 21). Ukraine in maps: Tracking the war with Russia. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-europe-60506682>
- VOA News. (2024, December 9). Zelenskyy says he is open to negotiated end to war with Russia. *VOA News*. <https://www.voanews.com/a/zelenskyy-says-he-is-open-to-negotiated-end-to-war-with-russia-/7893258.html>
- Wang, C. (2019, May 20). Twitter Diplomacy: Preventing Twitter Wars from Escalating into Real Wars. *Harvard Kennedy School*. <https://www.belfercenter.org/publication/twitter-diplomacy-preventing-twitter-wars-escalating-real-wars>
- Zakrzewski, C. (2022, March 30). 4,000 letters and four hours of sleep: Ukrainian leader wages digital war. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/03/30/mykhailo-fedorov-ukraine-digital-front/>